

# SZENOGRAPHIE-GIPFEL

B E R L I N 2 8 . / 2 9 . 0 4 . 2 0 1 4

## KONZEPT

Einerseits bestehen gegenüber den Methoden der Szenographie seitens der Museumswelt berechnigte Vorbehalte, andererseits hat sich dieses Fachgebiet in den letzten Jahren nicht nur an den Hochschulen, sondern auch bei vielen Agenturen außerordentlich entwickelt. In einer Zeit, die sich zunehmend visueller Vermittlungsmethoden bedient, ist die räumliche Gestaltung längst nicht mehr allein durch ihre Funktionalität und Ästhetik gekennzeichnet:

Die Vermittlung von Aussagen in Ausstellungsräumen erfolgt hauptsächlich durch die „gestalterische Sprache“.

Grundsätzlich gilt das für jede gestaltete Umgebung, als Szenographie – oder auf Museen bezogen auch Museographie – wird bezeichnet, was den Prozess und das Produkt räumlicher Gestaltung beschreibt.

Um so mehr muss es in den nächsten Jahren gelingen, die räumliche Gestaltung besonders in den neuen Museen bei allen Beteiligten zu professionalisieren, denn der Beitrag zur Bewusstseinsbildung in der Öffentlichkeit durch Ausstellungen und Museen ist nicht zu unterschätzen.

Es ist jedoch festzustellen, dass die Kommunikation dieser Beteiligten, aber auch die Kenntnis und Qualifikation auf den unterschiedlichen Feldern des Museumswesens und der Szenographie einen derzeit sehr unbefriedigenden Zustand darstellt. Besonders die Herangehensweisen und die Bewusstseinshaltungen bei Ideenfindungen und die Gestaltungsabsichten sind ganz unterschiedlich. Auch die Fachveranstaltungen entwickeln sich dabei in unterschiedliche Richtungen.

Auf dem Szenographie-Gipfel soll eine Expertenrunde aus den Gebieten des Museumswesens, der Hochschulen und der professionellen Gestalter zu einem Statusbericht, sowie zu dem Bedarf einer neuen Qualität der Ausstellungsgestaltung Stellung beziehen. Ziel des moderierten Diskurses ist es zu einer gemeinsamen Erklärung zu kommen, die eine Grundlage für ein zukünftiges Thesenpapier oder einen Leitfaden bilden könnte.

